

### 現役高校生が回答！「父の日・母の日」に関するアンケート

“何かする”と回答した人は、父の日で約4割、母の日で約6割程度  
イベントの様子をSNSにUPする人はわずか5.2%の結果に！

高校生と保護者間のコミュニケーションは、“プライベート”で“直接”がカギ

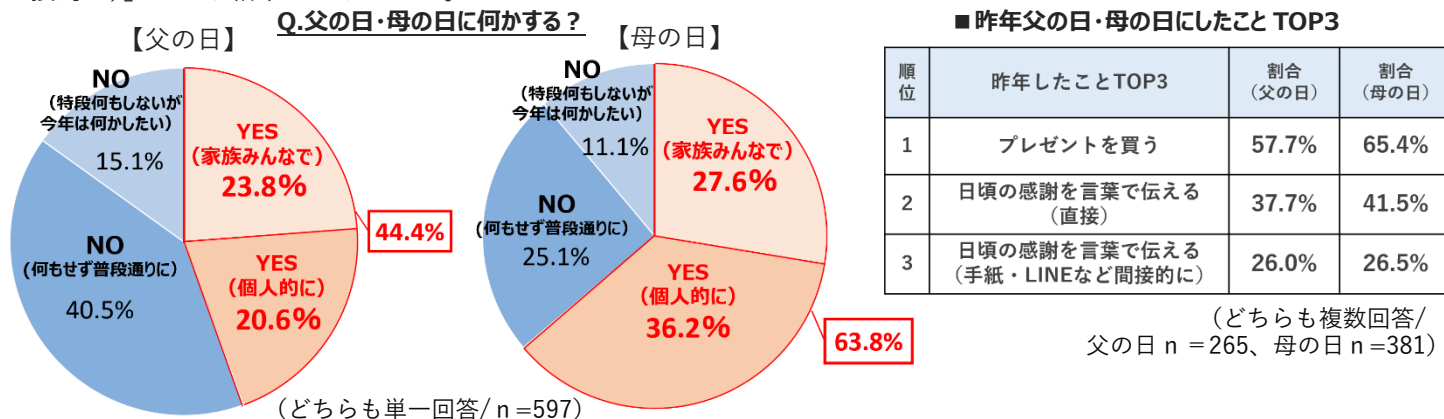
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供する進路情報メディア『スタディサプリ進路』は、スタディサプリ編集部の高校生エディター&公式 LINE 登録者を対象に“父の日・母の日”についてアンケートを実施致しました。また、こちらのアンケートの詳細は『スタディサプリ進路』内の「#高校生なう」でお知らせしています。

URL: <https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20240423000007/?vos=scrmot00084>

#### ■父の日・母の日に“何かする”人は、44.4%(父の日)、63.8%(母の日)と約半数はイベント化している様子 昨年、イベントでしたことのTOP3は共通しており、日頃の感謝をモノと言葉で伝える結果に

父の日・母の日といえば、日頃の感謝を伝えるきっかけとなるイベント事ですが、現役高校生にそれぞれ何かしているか？と聞くと、父の日に何かをする人は44.4%、母の日は63.8%という結果に。おおよそ半数の人は、何かしらイベントとして扱っている様子。

また、何かしたと回答した人に昨年したことを聞くと、父の日・母の日それぞれTOP3は同じで、1位「プレゼントを買う」、2位「日頃の感謝を言葉で伝える（直接）」、3位「日頃の感謝を言葉で伝える（手紙・LINEなど間接的に）」という結果になりました。

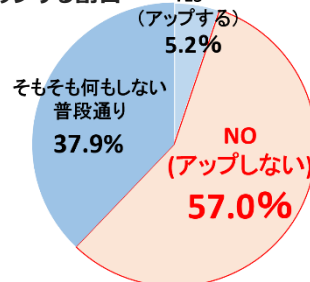


#### ■父の日・母の日についてSNSにアップする人の割合は、5.2%と非常に低い

保護者とのコミュニケーションは、“プライベート”でかつ本人と“直接”が大切な気持ちの表れか

さらに、SNSに父の日・母の日のイベントの様子をアップするかと聞くと、YESはわずか5.2%という驚きの結果に。フリーコメントを見ると、日頃活発に自分のライフスタイルを記録する高校生であっても、家庭内のことはプライベートだからという意識が強く見られました。また、上の結果の通りイベントでしたことの上位には、「直接感謝を伝える」がランクインしており、保護者との関わりはプライベートであると同時に本人同士の直接のコミュニケーションが重要と捉えているのかもしれませんが。

#### ■父の日・母の日のイベントの様子をSNSにアップする割合



#### ■編集長コメント

父の日・母の日は友達同士のようなコミュニケーション

進路検討シーンにおいては、保護者との互いを信頼し合う会話が増えている



『スタディサプリ進路ブック』  
編集長  
金剛寺 千鶴子  
(こんごうじ ちづこ)

今回の調査では、高校生の約半数が父の日や母の日をイベントとして認識し、行動をしているという結果となりました。具体的なコメントでは、「手紙で、いつもわがままな自分と一緒にいてくれてありがとう。大好きだよ！ときました！」「LINEを送る。母の日にLINEでキーワードを送るとトーク画面にイラスト？が出てくるからそれでお母さんと遊ぶ！」のように、友達のように仲の良い親子関係がうかがえるコメントも散見されました。

また、進路検討のシーンにおいても、保護者と高校生の会話は年々増えている傾向となっています。弊社と一般社団法人全国高等学校PTA連合会が高校2年生とその保護者に対して実施した「高校生と保護者の進路に関する意識調査 2023」でも、「進路について保護者と話す」という高校生が83.0%と高く、過去最高となっています。また「進路の話をするときによく使う言葉」について尋ねた質問に対しては、保護者・高校生の回答が共に「自分の好きなことをしなさい、やりたいことをやりなさい」が最も多く、かつ年々増加傾向であることから、保護者と子ども双方の信頼関係が強まっていると言えるのかもしれません。

### 【アンケート概要】

- 調査時期：2024年3月11日(月)～3月14日(木)
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査実施機関：株式会社リクルート
- 調査対象：全国高校生男女（『スタディサプリ進路』の高校生エディター/公式LINE登録者）
- 有効回答数：597件（男子153件、女子436件、性別を選択しなかった人8件）

## ■『スタディサプリ進路』について

『スタディサプリ進路』は、1970年に創刊した『リクルート進学ブック』に始まり、2020年に50周年を迎えた、リクルートグループにおいて就職支援に次いで歴史の長い事業です。“「学びたい」「学んでよかった」がもっと増えていく世界の実現”をコンセプトに、変化が激しい社会の中で生徒が生き抜くために、「なりたい自分」と「自己実現できる学校」を発見し、「自分に合った進路選択の実現」を可能にするためのサービスを提供しています。高校3年間を通して、「自己理解」「職業観育成」「学びの内容理解」「学校研究」に対応するさまざまな教材ラインアップを無料で提供しています。

（詳細：<https://shingakunet.com/rnet/column/rikunabi/index.html?vos=conttwnowother00010>）

## ■“スタサブ編集部”について

全国3,000人以上の現役高校生からなる「スタサブ高校生エディター」と共に、高校ライフにフィットするコンテンツを作る編集部。進路や受験勉強のノウハウはもちろん、夜食レシピやメンタルを支える名言などの多様なコンテンツを、Webサイト『#高校生なう』、年8回発行の情報誌『スタサブ進学マガジン』、アプリ『スタディサプリ for SCHOOL』、会員向けメールマガジン、各種SNSで配信中。

なお、今回のアンケート結果をさらに詳しく分析した記事は『#高校生なう』の下記URLにて公開中。

<URL：<https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20240423000007/?vos=scrmot00084>>

また、スタサブ編集部では、毎月LINEでアンケートを配信し、読者の高校生・保護者の皆さまから頂くご意見を記事に反映しています。現在も、今後のより良い記事制作に向けてLINEお友だちを絶賛募集中です！ご興味をお持ちの方は、ぜひご登録ください。

<LINE URL：<https://lin.ee/LbRvueT>>

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>